

1º JORNADAS DE ESTUDIOS SOCIALES DE LA MÚSICA

Facultad de Trabajo Social. Universidad Nacional de La Plata

19 de Agosto de 2016

¿CÓMO FUNCIONA LA MÚSICA EN TU INVESTIGACIÓN/PRÁCTICA DE INTERVENCIÓN?

*"Compartiendo experiencias, desafíos metodológicos, intervenciones sociopolíticas
y abordajes sociales de la música"*

**Propuesta de investigación para un doctorado en Ciencias Sociales UBA: Los
impactos de las tecnologías digitales en la industria de la música.**

Autor: Federico Moreno

Docente investigador - UNTREF/UNDAV/UNQ

Licenciado en Cs. Políticas (UBA). Magister en Gestión Cultural (Universidad de Barcelona). Doctorando en Ciencias Sociales (UBA). Integrante del Proyecto UNDAVCyT 2013: "Las industrias culturales en el conurbano bonaerense. Una exploración de la producción musical independiente en el Partido de Avellaneda", director es Guillermo Quiña (UNDAV/Dto. De Humanidades y Artes). Y del proyecto P-UNQ-ID- 2015 – "Los aspectos culturales del desarrollo sustentable" (UNQ- Dto. De Economía y Administración).

Tema: El siguiente documento aborda la música desde una perspectiva socio económica y política, analizando la relación entre el desarrollo de las tecnologías digitales y la industria musical desde 2005 a 2015. Indagando en las determinaciones

de esa relación sobre el consumo, la producción y la distribución musical, y su impacto sobre los actores de la industria musical (como creadores, intermediarios y consumidores) en términos de la diversidad creativa, la democratización en el acceso al consumo y la producción musical, así como la reestructuración de las posiciones de esos actores dentro del sistema de la industria musical.

Preguntas-guía de investigación: ¿Cómo se reconfiguran los hábitos de consumo, las prácticas de distribución y producción? ¿Qué implicancias tienen estos cambios en las prácticas y en apropiación económica de los distintos actores de la industria de la música nacional (creadores, productores, editores, distribuidores)? ¿Existe un fenómeno de democratización en el acceso y de mayor diversidad en el consumo a partir de las nuevas tecnologías o se reactualizan las condiciones oligopólicas del mercado y sus limitaciones en términos de la diversidad propias de la industria musical pre era digital?

Problema de investigación:

La industria musical tradicional (pre era digital, 1970-1996) dominada por los grandes actores de la industria discográfica concentrada, se vio sacudida por el advenimiento de nuevas formas de producción, distribución y consumo, viviendo un momento de crisis muy fuerte por la caída estrepitosa en la venta de fonogramas (Cohnhein, Geisinger y Pienika, 2008). Desde la década de 1970 hasta principios de la década del 2000 las grandes compañías discográficas concentraban a nivel global entre el 80% y el 95% (de acuerdo al país) del mercado de venta de fonogramas y controlaban las posibilidades de acceso a la producción, limitando la diversidad creativa a partir de sus modelos de negocios (Negus, 2005).

A medida que se desarrollan las tecnologías digitales se reducen las barreras de acceso a la producción musical por un lado y se incrementan las posibilidades de acceder a nuevas músicas debido a la tecnología digital que permitió, en un principio compartir archivos (sistemas peer to peer tipo Napster, Kazaa, soulseek y otros) y posteriormente

consumirla a bajos costos vía streaming (el costo de comprar un dispositivo de acceso a internet tipo pc, tableta o Smartphone, sumado al costo de conexión).

Si bien estos desarrollos impactaron fuertemente en las economías de las compañías discográficas grandes y pequeñas por la feroz caída en la venta de fonogramas, en los últimos años y fundamentalmente a través del nuevo negocio de los sistemas de suscripción y los sitios de streaming con publicidad, las compañías discográficas comenzaron a capitalizar finalmente el negocio digital (Spahn, 2013). Al mismo tiempo las posibilidades de acceso a la producción musical para un músico se incrementaron en términos de un equipamiento básico, pero siguen siendo costosos y de difícil acceso las posibilidades de producción a nivel competitivo global (Quiña, 2015). Fundamentalmente el abaratamiento del hardware sumado a la posibilidad de producir y editar música con computadoras, distribuirla y comercializarla, permiten al músico independiente una forma de acceso a la producción y distribución de su trabajo, pero limita en términos de los medios de producción con los que cuentan los grandes sellos.

En términos de la transformación en el consumo las nuevas tecnologías digitales implicaron una ruptura a partir de la cual descendían marcadamente los ingresos de las compañías fonográficas, fundamentalmente por el descenso en la venta de fonogramas impresos en formatos físicos (casetes y cds). Al mismo tiempo el nivel de consumo de música se incrementaba debido a la ubicuidad de la misma, facilitada por las nuevas tecnologías digitales (Yúdice, 2007).

Luego de varios años de caída en las ventas de fonogramas fijados en discos compactos, desde el año 2012 los ingresos de las grandes compañías discográficas volvieron a crecer a partir del negocio digital (publicidad por streaming, ingresos por derechos de reproducción digital, ingresos por publicidad asociada a las páginas web con contenidos musicales, etc) (IFPI, 2014). Como evidencian los informes de la industria de la música nacional e internacional, las nuevas formas del negocio digital

estarían devolviendo rentabilidad al negocio fonográfico con las grandes firmas como protagonistas (IFPI Digital Report 2014)

Al mismo tiempo las grandes compañías discográficas se alían con las grandes productoras de espectáculos musicales en vivo para explotar este costado de sus artistas cada vez más rentable en comparación al negocio de la venta de fonogramas (Quiña 2014/2015).

Ahora bien la conformación del mercado discográfico estuvo marcado desde mediados de la década de 1970 por una gran desigualdad en la medida en que la concentración en pocas empresas discográficas a nivel nacional e internacional marcaron la edición de música fundamentalmente de acuerdo a sus criterios económicos, dejando un campo de acción y posibilidades acotado para las propuestas con menor cantidad de consumidores, mayormente producidas y editadas de manera independiente y autogestiva (Luchetti, 2006; Quiña 2012; Calvi 2006).

En esas condiciones la democratización en el acceso a la producción, distribución y el consumo de música, del período anterior a 1996, se vieron limitados por las barreras de los grandes actores concentrados de la industria musical, que funcionaban como limitantes de entrada a la industria musical en el cual se requerían de grandes inversiones para grabar, editar, fabricar y distribuir discos.

Los impactos sobre la industria musical en relación a las nuevas tecnologías que transforman la creación, edición, distribución y consumo de música despliegan un nuevo escenario en donde los músicos, intermediarios y consumidores se re acomodan con diferentes posiciones. La forma en que se apropian del nuevo negocio digital los actores de la industria musical condiciona sus posibilidades de desarrollo, de manera que una concentración en pocos actores reduciría, como lo hizo en épocas de la industria pre digital, las posibilidades de desarrollo de una diversidad de pequeños y medianos productores, limitando las posibilidades de acceso al consumo diversificado

e impactando negativamente en las posibilidades democratizadoras de las nuevas tecnologías digitales.

Hipótesis: Resulta probable que los desarrollos más recientes en las nuevas tecnologías digitales tiendan a reproducir, con variaciones tecnológicas y socioculturales, la estructura de actores concentrados que dominen los medios de producción y distribución existente en la era pre digital de la industria musical, limitando las potencialidades de las nuevas tecnologías en términos de democratización en la producción, distribución y consumo de música, así como de promoción de la diversidad creativa.

BIBLIOGRAFIA;

ASHRAF, El Gamal (2012). “The Evolution of the Music Industry in the Post-Internet Era”. Senior thesis. ClaremontMcKennaCollege. EEUU.

Cohnhein, Geisinger y Pienika (2008) “El impacto de las nuevas tecnologías en la industria musical”. Tesina. Universidad de la Republica. Inédito. En línea.

Delikan, M. (2013) Changing Consumer Behavior of Net Generation and the Adoption of

Streaming Music Services: Extending the Technology Acceptance Mod-el to Account for Streaming Music Services. Tesis de maestria. Jönköping University, Suecia.

IFPI Report (2010) .RecordingIndustry In Numbers. Online IFPI.

IFPI Report (2012) .RecordingIndustry In Numbers. Online IFPI.

IFPI Report (2013) .RecordingIndustry In Numbers. Online IFPI.

IFPI Report (2014) .RecordingIndustry In Numbers. Online IFPI.

Katz, Jorge (2006), “Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias

Culturales. Una perspectiva Latinoamericana”. CEPAL. Documentos de proyectos N° 92. **Kusek, David y Leonhard, Gerd.**(2005) TheFuture of Music: Manifestoforthe Digital MusicRevolution. Boston, Massachusetts: BerkleePress.

La Industria de la Música en la Ciudad de Buenos Aires (2011). Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires. Online

Lucchetti, Karina. (2007). “Estructuración de la producción y organización empresaria en la industria fonográfica” Tesis.

Marquez, Israel. (2010)¿Música en la nube?. Experiencias musicales interactivas en la Red.

Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación) N°83. Madrid.

Negus, Keith. (2005).Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales. Paidós Ed. Barcelona

Palmeiro, Cesar (2004) “La Industria Discográfica y La Revolución Digital”, tesina de licenciatura para la carrera de Ciencias Económicas de la UBA.

Palmeiro, Cesar. (2005) “La industria del disco”. Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires.

Peter (2005), P2P and The Future of Private Copying. University of Colorado Law Review, Vol 76.

Pruvost, Andres (2014). Música, opción legal con Streaming, el caso Spotify. Simposio Argentino de Tecnología y Sociedad, STS 2014.

QUIÑA, Guillermo (2013). “Parte de la religión. Un abordaje crítico sobre la producción musical independiente en argentina”. Papeles de Trabajo N° 26 - Diciembre 2013 - ISSN

1852-4508. Centro de Estudios Interdisciplinarios en Etnolingüística y Antropología SocioCultural. Argentina.

Quiña, Guillermo (2014) De la autogestión al modelo de negocios 360°. La producción musical independiente en vivo en la Ciudad de Buenos Aires. Aposta Revista de ciencias sociales N° 60.

Vecino, Diego (2011) “Nuevos sellos discográficos y la producción de música independiente en la ciudad de Buenos Aires”. En Rubinich/Miguel “Creatividad, Economía y Cultura en la Ciudad de Buenos Aires 2001-2010”. Ed. Aurelia Rivera. Buenos Aires.

Wikström, Patrik (2009). The Music Industry: Music in the Cloud. Polity Press. U.K.

Yudice, George (2007) Nuevas tecnologías, música y experiencia. Gedisa: Barcelona.

Zukerfeld Mariano/ Perrone, Ignacio (2007) “Disonancias del Capital: música, tecnologías digitales y capitalismo”. Ediciones Cooperativas. Buenos Aires.

ZUKERFELD, Mariano. (2008). “Capitalismo cognitivo, trabajo informacional y un poco de música”. Nómadas, 28, 52-65.